

INTERNET KAO SREDSTVO ZA OSTVARIVANJE »INTIMNIJE« KOMUNIKACIJE

Joško Sindik i Katarina Reicher

Zagreb

Primljeno, 11. 10. 2007.

Jedan od aspekata cjeloživotnog učenja sve je češća uporaba računala u različite svrhe. Moderna komunikacija nezamisliva je bez računala i Interneta, pa virtualni svijet postaje važna komponenta uspostavljanja novih međuljudskih odnosa. Vjerojatno je da karakteristike upoznavanja drugih ljudi, s ciljem uspostavljanja bliskije komunikacije, reflektiraju donekle i kvalitetu života pojedinca.

U svrhu analize empirijskih uporišta nekih načina uspostavljanja novih odnosa s ljudima, ali i karakteristika »intimne« komunikacije, dan je osvrt na komunikaciju inicijalno (ili u potpunosti) ostvarenu putem elektroničkih medija, putem Interneta.

Dan je prikaz etnološke analize elektroničke pošte kao medija za komunikaciju, s pregledom dimenzija komunikacije, ali i razloga pro i contra elektroničkog medija kao »značenjski« različitog od doskora »uobičajenijih« sredstava komunikacije, kao što je »obično pismo«. Postavljena je nekolicina teza o pitanju motivacije za uporabu Interneta kao medija za upoznavanje novih ljudi, te kao specifičnog sredstva stvaranja inicijalnog kontakta za uspostavljanje bliskijih, »intimnih« odnosa. U tu svrhu analizirani su rezultati javnih anketa dostupnih na web-stranicama www.iskon.hr, te www.iskrica.com u Hrvatskoj, te se na prigodnom uzorku ispitanika nastojalo dati okvirne odgovore u smislu provjere postavljenih teza. Odgovori ispitanika na 14 pitanja anketa pokušali su se grupirati u »logičke klaster«, te na taj način dati smjernice o karakteristikama uspostavljanja »intimnije« komunikacije putem Interneta. Na temelju odgovora na pitanja anketa te njihove »logičke« analize, izgleda da Internet postaje sve važniji medij za stvaranje bliskijih međuljudskih odnosa, s najvjerojatnije znatno reduciranim osjećajem neugode tijekom komuniciranja.

ključne riječi: Internet, intimna komunikacija, upoznavanje, virtualni svijet.

1. Uvod

Utjecaj Interneta na ljudsku komunikaciju kod nas još nije sustavno istraživano. Štoviše, izgleda da ozbiljnije studije ovog fenomena u svijetu mogu biti provedene tek u budućnosti, budući da je riječ o relativno novom području istraživanja. Stoga se podaci koji su vezani uz utjecaj Interneta na komunikacije nalaze najčešće u općoj literaturi.

Tzv. intimni odnosi su odnosi koje je teško definirati, jer je više riječ o značajki koja se pojavljuje u različitim tipovima odnosa, nego o tipu za sebe. Jedna od definicija intimnih odnosa jest ona Sillarsa i Scotta (1983, prema Reardon, 1998): to su odnosi »u kojima postoji stalna interakcija, duboko otkrivanje sebe, izrazita međusobna ovisnost (tj. jak međusobni utjecaj) i jaka osjećajnost«.

Za uvid u kompleksnost razmatranja elektroničkih medija kao sredstva za ostvarenje »intimne komunikacije«, dat će se prikaz jedne etnološke analize elektroničke korespondencije. Pleše (2002) dokumentira i analizira odnos korisnika elektroničke pošte prema onim osobinama elektroničke korespondencije čije bi različite realizacije mogle upućivati na mogućnost ili nemogućnost ostvarivanja, odnosno održavanja intimnosti, dubine odnosa i bliskosti sudionika komunikacije. Međutim, očito je da ljudi najčešće drukčije reagiraju na različite oblike komunikacije, pa tako i elektroničke. Primjerice, otkazivanje poslovnih odnosa, odnosno prekid ljubavne veze putem SMS-a ili *e-maila* može se »tretirati« kao nepristojan.

Elektronička pošta (*e-mail*) klasificira se često prema sljedećim kriterijima:

1. privatne i javne poruke,
2. poruke upućene jednoj osobi ili većem broju primatelja,
3. teme,
4. način izražavanja,
5. ritam razmjenjivanja,
6. dužina poruka.

Jedna od podjela svakako je ona koja diferencira obavijesne, impersonalne poruke (s funkcijom širenja informacija) od onih kojima je cilj korespondencija, druženje, komunikacija.

Postoje mnoga multidisciplinarna nastojanja i discipline koje nastoje sagledati kompjutorski posredovanu komunikaciju. Nova disciplinarna područja, metodologije ili usmjerenosti na osobite predmete

istraživanja, često su tvorene prefiksom *cyber* ili *kiber*. Ovaj prefiks ima mnogo širi pojam od pojma kompjutorske komunikacije, i najčešće opisuje »cyber-prostor« kao opis virtualnih svjetova koji je postao dio svakodnevice, kroz sve oblike elektroničke komunikacije (Pleše, 2002).

Razmjena elektroničkih poruka manje je istraživana u usporedbi s neobičnijim oblicima komunikacije koji omogućuju igranje identiteta (Turkle, 1997, prema Pleše, 2002). Tako *chat* omogućuje sinkrono komuniciranje, čak i većeg broja sudionika istodobno, koji oblikuju virtualne zajednice.

»Obična« elektronička pošta (*e-mail*) relativno je jednostavna, obična, neatraktivna, u usporedbi s ostalim oblicima elektroničke komunikacije. Ona je samo nova faza u povijesti pisanja pisama (Yates, 1999, iz Pleša, 2002). Drugi razlog manje istraživanosti elektroničke pošte jest njezina manja dohvatljivost istraživačima u odnosu prema javnim tekstualnim elektroničkim svjetovima.

Kako sudionici komunikacije doživljavaju vlastitu praksu pisanja i primanja elektroničkih poruka? Dakle, kakva je komunikacijska situacija njezina nastajanja i razmjenjivanja?

Komparirano je pisanje pisma i elektroničke pošte. Jedan od načina gledanja na problematiku jest mogućnost da pisanje pisma znači intimnu, blisku komunikaciju, dok pisanje elektroničke poruke znači puku razmjenu informacija. Mnogi vjeruju da su rijetki bliski i topli ljudski odnosi, koji su se razvijali putem pisma, »naprasno« uništeni putem elektroničke komunikacije.

Sam termin »poruka« naznačava informacijski aspekt komunikacije putem elektroničkog medija, ali i njegovu kratkoću.

Analizira li se i dokumentira odnos korisnika elektroničke pošte prema osobinama elektroničke korespondencije, može se doći do indicija omogućava li elektronička pošta ili onemogućava ostvarivanje i održavanje intimnosti, dubine odnosa i bliskosti korespondenata u elektroničkoj komunikaciji. Korisna su u tom smislu razmatranja zaštićenosti vlastite privatnosti, komunikacijske širine elektroničke pošte u smislu dohvatljivosti raznih adresata, o načinu otvaranja korespondenata u elektroničkim porukama, o odnosu elektroničke pošte prema usmenoj komunikaciji, te o mogućnosti čuvanja i arhiviranja elektroničke korespondencije.

1. Većina korisnika elektroničke pošte (Baron, 2000, prema Pleše, 2002) doživljava *e-mail* kao medij koji štiti njihov privatni prostor

- više od drugih tehnoloških komunikacijskih medija, jer omogućava »pristup sistemu« pod uvjetima koje postavljaju sami korisnici. Primjerice, na poruku se može odgovoriti odmah ili s vremenskim odlaganjem. Korisnici često obrazlažu osjećaj olakšanja zbog neobvezanosti, slobode u primanju i slanju elektroničkih poruka. Drugi opet u elektroničkoj pošti vide nametnute obveze ili prisile.
- Elektronička pošta korisniku ujedno omogućava komunikaciju s ljudima izvan uobičajene razgovorne sfere, dakle s nepoznatim ljudima. *E-mail* se smatra manje nametljivim kao početno sredstvo komunikacije s nepoznatima. Primateљи na njega mogu odgovoriti ako im to odgovara, ili uopće ne odgovoriti. Dakle, tražiti nešto, ali i odbiti nešto jednostavnije je i »bezbolnije« putem *e-maila*. S druge strane, mogućnost komunikacije »u širinu« na drugi način ugrožava privatnost korisnika elektroničke pošte, s obzirom na veći broj poruka koje se dobivaju bez suglasnosti primatelja (npr. »reklame« i slično). Ova karakteristika elektroničke pošte oduzima vrijeme korisnika i dimenziju privatnosti.
 - Jedna od dimenzija komunikacije svakako je i mogućnost veće otvorenosti za »važne razgovore«. Komunikacijske poruke koje imaju veliku emocionalnu ili intelektualnu važnost lakše je saopćiti, a pritom i neke probleme riješiti putem *e-maila*. Reduciranje neverbalnih, ali i vizualnih i auditivnih znakova u komunikaciji »lice u lice« osobito je naglašeno kao korisno u snažnim emocionalnim situacijama, kad elektronička pošta omogućuje djelovanje na emocionalno opušteniji način. Jasno, ipak o ličnosti pojedinca ovisi hoće li on uopće iskoristiti ovaj medij za rješavanje ovakvih problema (važni razgovori i problematične teme).
 - Kod tzv. »osobnog otvaranja« u *e-mailu*, brzina prijenosa sadržaja može se približiti brzini usmene komunikacije, tako elektronička komunikacija praktički ima karakteristike razgovora. Prednost pred razgovorom je samoća pisanja, trenuci da se o nečem razmisli i da se to formulira bolje nego u razgovoru. Gramatičke i sintaktičke nepravilnosti, česta nedovršenost poruka, trenutnost i prolaznost upućuju na sličnosti s usmenom komunikacijom.
 - Mogućnost čuvanja tekstova nastalih i razmjenjivanih u elektroničkom obliku također se u emocionalnom smislu potencijalno bitno razlikuje od arhiviranja pisama. Dakle, postavlja se pitanje ne gubi li se elektroničkom transformacijom bliskost? Lakoća brisanja elektroničkih poruka otvara mogućnost vraćanja tzv. usmenim kulturama. S

obzirom da je potreba čuvanja materijalnih »dokaza« korespondencije najčešće povezana s potrebom čuvanja emocionalne vrijednosti poruke, čuvanje elektroničkih poruka može imati isto značenje. Jer i u ovom se pogledu moraju primijetiti značajne individualne razlike. Neki su ljudi, naime, vrlo »familijarizirani« sa svojim računalom, doživljavajući ga kao »intimni stroj« (Turkle, 1999, prema Pleše, 2002). Za takve korisnike računala, printanje elektroničke poruke mijenja njezinu vrijednost, čini je »beživotnom«.

Međutim, vjerojatno ne postoji jasna kongruencija između značenja prihvaćanja pojedinih elektroničkih medija kao »adekvatnih« ili »neadekvatnih« sredstava komunikacije u različitim interpersonalnim situacijama, i za različite ljude. Tako i Pleše (2002) spominje »procesualni« karakter korisničkih praksi vezanih uz elektroničke komunikacije, koji je ovisan o općem odnosu korisnika prema elektroničkoj pošti. Kompjutorski posredovana komunikacija koristi i razmjenu informacija, ali često ima i komunikacijsku, društvenu funkciju. Dakle, elektroničku formu mogu imati »poruke«, ali i »dublji sadržaji« (pisma).

Upravo stoga je diskutabilna »otuđenost« računala kao sredstva komunikacije, koje navodno »briše« interakciju. Kompjutorski posredovana komunikacija može naprotiv upravo jačati veze među ljudima, a aktualnost konkretnih ljudi (sa svojom kulturom, specifičnim individualnim osobinama, iskustvom, znanjima, vještinama, sposobnostima) utječe na odnos prema kompjutorskoj tehnologiji. Potencijalna »intenzivnost« odnosa stvara se u interakciji s drugima i sa samim sobom.

Primjer u tom smjeru daje Jefferson (2006), koja opisuje efikasnu mogućnost reduciranja stresa u kriznim situacijama putem Interneta.

Weber (2006) pak daje pregled mogućnosti Interneta u kompenzaciji teškoća kod ljudi s posebnim potrebama.

Sirgy, Lee i Bae (2006) daju pregled indikatora poboljšanja opće kvalitete života korištenjem Interneta (a tako i komunikacijskih aspekta).

Što se tiče Interneta kao posrednika za ostvarivanje intimnih odnosa, Shepherd i Edelmann (2005) utvrđuju da su društveno anksiozni ljudi sa slabom snagom ega skloniji težiti ostvarivanju intimnih odnosa putem Interneta. Studenti, nakon početnih mjeseci upoznavanja s novom sredinom (tijekom kojih teže sklapanju poznanstava putem Interneta), uspostavljanjem socijalnih odnosa u »realnom svijetu« rjeđe teže stvarati intimne odnose iz »virtualnog svijeta«.

Praktički suprotne podatke daju Daneback, Cooper i Mansson (2005), gdje se pokazalo da posjetitelji švedskog portala koji su se okušali u *cybersexu* imaju i više seksualnih odnosa u realnom životu. Naravno, treba uzeti u obzir da je u ovom istraživanju riječ o seksualnim kontaktima, a ne o pukom upoznavanju, kao u istraživanju Shepherd i Edelmanna, a moguće je da postoje i bitne interkulturalne razlike u ovakvim vrstama kontakata. Uporište za ovakvu pretpostavku daje i podatak iz istraživanja Cooper i ostalih (2003), gdje je utvrđeno da je u Švedskoj upoznavanje putem Interneta vjerojatno najučestalije (čak značajno više nego u SAD-u), a posjetitelji portala za upoznavanje u svrhu »seksualne komunikacije« su u 55% slučajeva muškarci, a u 45% slučajeva žene.

No, uporaba Interneta u svrhu postizanja seksualnih kontakata uistinu je specifična, što pokazuju rezultati mnogih istraživanja.

Leiblum (2001) daje prikaz različitih uloga žene u svijetu Interneta, te seksualno uvjetovane komunikacije, i pripadnih konzekvenci.

Carvalho i Gomes (2003) diferenciraju dvije vrste ljudi koji su korisnici »seksualnih brbljaonica« (*cybersex chatrooms*) putem Interneta u Portugalu: dio korisnika »brbljaonica« koristi se ovakvom komunikacijom kao početkom komunikacije u »stvarnom« svijetu, dok se ostali koriste »brbljaonicama« kontinuirano i bez želje da ostvare kontakte u »stvarnom« svijetu.

Implikacije upoznavanja putem Interneta, posebno u svrhu seksualnih kontakata, nisu uvijek pozitivne, odnosno bez posljedica za one koji se Internetom koriste u tu svrhu, ili za njihovu užu socijalnu okolinu.

Parker i Wampler (2003) razmatraju percepcije seksualno uvjetovanih kontakata putem Interneta sa strane obitelji i partnera osobe koja takve kontakte održava. Pokazalo se da postojanje ovakvih kontakata za koje znaju partneri ili obitelji snažno emocionalno utječe na njih, u smislu distrakcije odnosa u »realnom« svijetu, čak i ako osoba koja komunicira nije uspostavila fizički kontakt sa sugovornikom, i bez obzira na spol sugovornika. Žene percipiraju internetske komunikacije ozbiljnije i daju im veću emocionalnu važnost.

Daneback, Ross i Mansson, S. A. (2006) otkrivaju da je čak 6% ljudi koji se koriste Internetom u seksualne svrhe seksualno kompulzivno, u smislu psihičkog poremećaja, te da su to najčešće muškarci uključeni u intimnu vezu, najčešće biseksualne orijentacije, a *cybersex* je kod njih u pozitivnoj korelaciji sa seksualnim aktivnostima u »realnom« životu.

Boies, Knudson i Young (2004) daju pregled seksualnih aktivnosti mladih putem Interneta, u relaciji s procesom socijalizacije, obrazovanjem, zabavom. Propisuju i pogodne načine za prevenciju i tretman problematičnog ponašanja mladih na Internetu.

Benotsch, Kalichman i Cage (2002) utvrđuju da muškarci koji traže muške (homoseksualne) partnere putem Interneta, ulaze u rizičnije i češće seksualne odnose s muškarcima u »realnom« svijetu.

2. Cilj i teze

Osnovni cilj istraživanja bio je otkrivanje empirijskih uporišta nekih karakteristika »intimne« komunikacije putem Interneta. U tu svrhu postavljene su sljedeće teze u pogledu **temeljne motivacije** za korištenje Interneta kao medija za upoznavanje novih ljudi, te teze o nekim **specifičnim aspektima i mogućnostima »intimne« komunikacije** putem Interneta:

1. *Ubrzani ritam modernog življenja* ostavlja relativno malo vremena za bliskije upoznavanje različitih »novih« ljudi, izuzevši u krugu poslovne sredine, susjedstvu, te u krugu prije formiranih odnosa. Dakle, korištenje Interneta za uspostavljanje novih intimnijih odnosa ne treba biti »ekskluzivitet« odnosno »ekshibicionizam«, već postaje uobičajen medij za proširivanje kruga poznanstava. Sve veća nužnost »računalnog opismenjivanja« u svrhu posla ili korespondencije, uz rast broja posjednika računala, a najčešće i korisnika Interneta, nužno dovodi i do povećanja broja komunikacija posredstvom ovog medija, od kojih je određen udjel i onih »intimnijeg« karaktera.
2. Nedvojbeno se dio korisnika računala nerijetko koristi računalom, a tako i Internetom kao *sredstvom za »bijeg od dosade«*, dakle kao sredstvom zabave. Dakle, dio korisnika nema primarnu težnju stvaranja bilo kakvih »intimnijih« odnosa putem ovog medija, te upoznavanja imaju samo sporadičnu vrijednost. Motiv ovih korisnika mogao bi se nazvati »komunikacijom zbog komunikacije«.
3. Vjerojatni motiv komuniciranja putem računala i Interneta može biti i *znatiželja*. Naime, za razliku od uobičajenog miljea u kojemu se ljudi kreću, komuniciraju i stvaraju bliskije interpersonalne odnose, putem Interneta mogu se upoznati ljudi koji su bitno drugačiji (po stavovima, interesima, navikama, vrijednostima, dobi, rasi, državljanstvu, mjestu življenja), a kao takvi i zanimljivi.

4. U Internetom posredovanoj komunikaciji na željeni način određuje se trajnost i čestina komunikacije s osobom s kojom potencijalno želimo uspostaviti »intimniju« komunikaciju. Zbog djelovanja različitih društvenih konvencija poželjnog ponašanja, te anksioznosti odnosno nelagode pri uspostavljanju novih interpersonalnih odnosa »licem u lice« (a koji potencijalno mogu rezultirati bliskijim, odnosno »intimnim« odnosima), Internet je pogodan kao sredstvo postupnog upoznavanja lišenog osjećaja nelagode (odnosno s *reduciranim osjećajem nelagode*), iz razloga neuključenosti brojnih faktora koji mogu situaciju inicijalnog upoznavanja te komuniciranja »u živo« učiniti kompliciranom, odnosno složenom.
5. Dio korisnika Interneta kao sredstva komunikacije u većoj ili manjoj mjeri skloni su prikrivati pravi identitet (iz različitih potencijalnih razloga: zabava, preispitivanje motivacije i reakcija sugovornika, anksioznosti, itd.).
6. Internetom posredovana komunikacija kao medij za ostvarivanje intimnosti nije samo »virtualna«. Dakle, korisnici se ne zadržavaju nužno na »cyber« razini komuniciranja, već komunikaciju nastoje ostvariti i u »stvarnom životu«, dakle u direktnoj interpersonalnoj komunikaciji.

3. Ispitanici i metode

Za odgovor na postavljene teze analiziran je veći broj anketa čiji su rezultati dostupni na Internetu, u našoj zemlji (portal Iskon, Iskrica). Ispitanici su ljudi koji se rado koriste računalom i Internetom, dok se korisnici Iskricе (www.iskrica.com) najčešće koriste Internetom kao sredstvom za sklapanje poznanstava, više ili manje intimnih. Naime, »Iskrica« je prvi tuzemni *web-site* klub specijaliziran za mogućnost sklapanja bliskijih poznanstava.

Metodološki pristup u ovom istraživanju bio je specifičan. Naime, nije se pokušalo provesti »klasično« eksperimentalno istraživanje, već se analizom dostupnih anketa na hrvatskim *web-stranicama* pokušalo doći do odgovora na postavljene teze.

Dakle, istraživanje se provodilo na prigodnom uzorku ispitanika, nepoznatih karakteristika, u pogledu dobi, spola, stupnjeva obrazovanja, a bez kontrolne skupine.

Pritom se nužno mora uzeti u obzir da je uzorak ispitanika praktički trostruko selekcioniran u smislu: odabira ljudi koji se koriste Inter-

netom, koji su pritom članovi kluba kojem je smisao sklapanje poznanstava (nedefiniranog stupnja bliskosti), i koji su po vlastitom odabiru odgovorili na pitanja ankete. Uvidom u hipotetsku dobnu strukturu ispitanika (nominalnu, prema anonimnim samoiskazima registriranih korisnika portala »Iskrica«), utvrđuje se da je uzorak u startu selekcioniran, u smislu pretežito mlađih dobnih grupa koje najčešće odgovaraju na pitanja anketa (može se procijeniti da se prosječna dob ispitanika kreće između 20 i 25 godina). Zastupljenost ispitanika u odnosu prema spolu može se procijeniti vrlo okvirno. Na temelju tih nominalnih iskaza o spolnoj pripadnosti, procjenjuje se da je od oficijelnih članova kluba Iskrica (oko 37000) gotovo dvije trećine muškaraca. Međutim, nema jasnog uvida u čestinu odgovora na pitanja ankete koje daju pripadnici muškog, odnosno ženskog spola, budući da je među postavljajcima pitanja u anketama tek neznatno više muškaraca.

Na svako od ukupno 14 anketnih pitanja odgovorilo je od minimalno 62 do 14967 ljudi, dakle nejednak broj ljudi nepoznatog identiteta. Anonimnost anketa možda može upućivati na relativnu iskrenost odgovora, kao i direktni odgovori na takva pitanja u anketi. Naime, na PITANJE BROJ 10, »Odgovarate li istinito na pitanja postavljena u anketama?« 68% ispitanika odgovorilo je s »da, uvijek«, »najčešće da« (22%), »ponekad« (3%), a samo 1% »ne«, te 6% »opet lažem«. S druge strane, odgovor na PITANJE BROJ 14, »U dopisivanju ste...«, samo 6,04% odgovara s »potpuno druga osoba«, 15,62% »jako oprezni« dok su ostali »otvoreni« ili »otvoreniji nego uživo«. Odgovori na PITANJE BROJ 3 također upućuju na iskrenost odgovora na pitanja. Čak preko 85% ispitanika daju, po vlastitom iskazu, istiniti profil (podatke o sebi) na »Iskrici«. Međutim, iskrenost odgovora na pitanja u ovakvim internetskim anketama, usprkos ovim podacima, može biti djelomična, o čemu kazuju i rezultati istraživanja Roberts i Parks (1999). Naime, ispitanici su skloni povremeno se predstavljati kao osoba suprotnog spola (u istraživanju Roberts i Parks, čak 40% ispitanika je to činilo povremeno). Primarni razlog za »lažno« predstavljanje je, prema podacima, želja za iskušavanjem u ulozi drukčijoj od uobičajene i svakodnevne.

Nastojalo se »logički« grupirati pitanja koja se odnose na istu tezu, odnosno koja daju argumente u prilog ili protiv određene postavljene teze, dakle koja su u direktnoj ili indirektnoj relaciji s postavljenim tezama. Razmatranjem postotaka odgovora na postavljena pitanja nastojalo se dati odgovore u odnosu prema stupnju podržavanosti pojedinih teza.

Dakle, nije se mogla niti testirati statistička značajnost razlika, pa su zaključci izvedeni jedino na temelju tendencija, deduciranih iz odgovora na pojedina pitanja u anketama. S druge strane, vjerojatno je da pojedina pitanja anketa u različitoj mjeri daju doprinos (ponder) odgovoru na pojedinu tezu. Sva ova ograničenja jasno utječu na mogućnost generalizacije rezultata.

4. Rezultati i rasprava

Kao odgovore na teze koje se tiču temeljne motivacije za korištenje Interneta kao medija za upoznavanje novih ljudi, te o nekim specifičnim aspektima i mogućnostima »intimne« komunikacije putem Interneta, može se ponuditi:

1. *Ubrzani ritam modernog življenja* ostavlja relativno malo vremena za bliskije upoznavanje različitih »novih« ljudi.

Snažan argument u korist ove hipoteze jest sama činjenica rasta broja računala i rasta broja korisnika Interneta u Republici Hrvatskoj posljednjih godina. Također, brakovi sklopljeni nakon upoznavanja putem Interneta više nisu kuriozitet. PITANJE BROJ 8, koje upućuje na relativno veliku čestinu gledanja televizije, a uz postojeći ritam življenja u velikom gradovima, odakle je najviše korisnika Interneta, indirektno upućuje i na relativno kratko vrijeme koje se potencijalno može »utrošiti« na upoznavanje novih ljudi. Moguće je da u moderno vrijeme ljudi »više komuniciraju s medijima nego s ljudima«. Odgovori na PITANJA BROJ 1 i 2 pokazuju da su ljudi skloni upoznavati druge ljude putem Interneta, i u svrhu uspostavljanja bliskijih kontakata. Premda je uzorak ispitanika selekcioniran, činjenica da se samo 23% ispitanika ne dopisuje ni sa kim, uz gotovo 70%-tnu zainteresiranost za nove oblike komunikacije, podržava tezu da ljudi sve češće pokušavaju sklopiti nova poznanstva putem Interneta. Također, iskrenost u dopisivanju, koju pokazuje oko 80% članova »Iskrice« (PITANJE BROJ 14) upućuje na korištenje pogodnosti relativne anonimnosti Interneta za »ubrzavanje« bliskije komunikacije. Odgovori na PITANJE BROJ 11 upućuju da je komuniciranje putem Interneta (Iskrice) pomogla oko 50% članova da bliskije nekog upoznaju. S druge strane, oko 40% članova vidjelo je »uživo« osobe s kojima su korespondirali (PITANJE BROJ 12). Svi ti odgovori međutim ne znače da ljudi realno imaju malo vremena za bliskije upoznavanje novih ljudi, već da je moguće da raspoloživo vrijeme ne iskorištavaju u tu svrhu.

2. Internet kao *sredstvo za »bijeg od dosade«*, dakle kao sredstvo zabave.

Uporište za ovu tezu jest relativno velik broj korisnika »chata« u Hrvatskoj, koji neprestano raste. S obzirom na to da je »chat« kao oblik komunikacije otvoren za praktički svakog tko se koristi Internetom, a sadržaj »chatanja« kao i relativna nemogućnost ostvarivanja »kompleksnije« komunikacije putem »chata« možda upućuje na opravdanost postavljene teze. Odgovori na PITANJA BROJ 1 i 2 također upućuju na ovu mogućnost. Odgovor na PITANJE BROJ 9 pokazuje da polovica ispitanika nije ostvarila bliskiji kontakt s drugim osobama putem Interneta, u smislu osjećaja zaljubljenosti, pa je moguće da kontakte ostvarene putem Interneta »ne doživljavaju ozbiljno«. Odgovori na PITANJE BROJ 11 upućuju na to da je komuniciranje putem Interneta (Iskrice) pomoglo oko 50% članova da bliskije nekog upoznaju »uživo«, dok je motiv preostalih 50% mogao biti »razbibriga«. Odgovori na PITANJE BROJ 12 upućuju na vjerojatnost da 60,86% ispitanika nije previše zainteresirano za viđanje ljudi koje su upoznali putem »Iskrice« »uživo«. Naravno, protuargument je i mogućnost da neki članovi »Iskrice« nisu uspjeli ostvariti i kontakt »uživo« ili bliskiji kontakt putem internetske komunikacije.

Dio ljudi vjerojatno doživljava Internet kao sredstvo zabave, dok dio ljudi vjerojatno istim putem nastoji ostvariti i bliskije kontakte.

3. *Znatiželja* kao vjerojatni motiv komuniciranja putem Interneta.

Odgovori na PITANJA BROJ 1 i 2 daju uporište za tezu o znatiželji, tj. o *zainteresiranosti za kontakte*. Dok prvo pitanje upućuje na veliku čestinu kontakata s ljudima upoznatima putem Interneta (samo 23% ispitanika se trenutačno ne dopisuje ni s kim), odgovor na drugo pitanje upućuje na zainteresiranost za sklapanje različitih vrsta kontakata na različite (nove) načine (69%).

O znatiželji kao vjerojatnom motivu komunikacije putem Interneta, pokazuju i odgovori na PITANJA BROJ 4 i 5 (»*cyber seks*« nije isključen kao mogućnost uspostavljanja bliskije komunikacije s »nevidenim« partnerom). Odgovori na pitanje PITANJE BROJ 7 upućuju na vjerojatnu činjenicu da je ispitanicima želja za upoznavanjem novih ljudi relativno intenzivna, budući da se najčešće ne zadržavaju na samom imenu kojim se netko predstavlja (*nickname*). Također, odgovori na PITANJE BROJ 13 upućuju da motivi samostalnog sastavljanja anketa od strane članova »Iskrice« mogu biti znatiželja, ali i želja da ih netko bolje upozna kao sastavljače anketa. Odgovori na PITANJE BROJ 9 pokazuju da je gotovo polovica ispitanika ostvarila bliskiji kontakt s drugim

osobama putem Interneta, u smislu osjećaja zaljubljenosti. Za znatiježu s najvećim stupnjem sigurnosti možemo vjerovati da je bitan motiv komuniciranja putem Interneta. Odgovori na PITANJE BROJ 11 i 12 pokazuju da je u oko 50% slučajeva Internet doveo do uspostavljanja bliskijeg kontakta, odnosno u oko 40% slučajeva je to bilo i »uživo«.

Dakle, može se pretpostaviti da na temelju odgovora na pitanja imamo snažno uporište za vjerovanje da znatiježa jest bitni motiv komuniciranja putem Interneta, konkretno kluba »Iskrica«.

4. Internet kao sredstvo postupnog upoznavanja s *reduciranim osjećajem nelagode*.

Najjače uporište za ovu tezu potencijalno daju odgovori na PITANJE BROJ 14: manje od 16% ispitanika je »jako oprezno« kod ovog oblika komunikacije, a samo 6% se predstavlja kao potpuno druga osoba. Odgovori na PITANJA BROJ 1 i 2 pokazuju da su ljudi skloni upoznavati druge ljude putem Interneta, i u svrhu uspostavljanja bliskijih kontakata (samo 23% ispitanika se ne dopisuje se ni s kim), a 70% ih je zainteresirano za nove oblike komunikacije. Iskrenost u dopisivanju, koju pokazuje oko 80% članova »Iskrice« (PITANJE BROJ 14) upućuje na korištenje pogodnosti relativne anonimnosti Interneta za »ubrzanje« bliskije komunikacije. Odgovori na PITANJE BROJ 11 pokazuju da je komuniciranje putem Interneta (Iskrica) pomogla oko 50% članova da bliskije nekog upoznaju. S druge strane, oko 40% članova je vidjelo »uživo« osobe s kojima su korespondirali (PITANJE BROJ 12). Istinitost profila na »Iskrici« može upućivati na mogućnost reducirane anksioznosti da se ispitanici prikažu kakvi zapravo jesu (PITANJE BROJ 3), a PITANJA BROJ 4 i 5 upućuju na reduciranu nelagodu u povodu mogućnosti korespondencije o pitanju *cyber seksa*. Odgovori na PITANJE BROJ 10 također upućuju na mogućnost manje neugode kod odgovaranja na pitanja ankete na Internetu. Može se procijeniti da velik broj ispitanika s manjim osjećajem neugode komunicira putem Interneta nego »uživo«.

5. Dio korisnika Interneta kao sredstva komunikacije u većoj ili manjoj mjeri skloni su *prikrivati pravi identitet*.

Odgovori na PITANJE BROJ 3 pokazuju da je čak preko 70% ispitanika odgovorilo da je njihov način samoprikazivanja (profil) posve istinit, a samo manje od 3% ispitanika daje »potpuno izmišljen« profil.

Odgovori na PITANJE BROJ 6 upućuju na to da je za preko 54% ispitanika fotografija uz pismeni »samoprikaz« (profil) važna, pa se

može oprezno pretpostaviti da dio preostalih ispitanika, izuzevši redukcije osjećaja neugode, možda i posjeduje određenu tendenciju samoprikrivanja. Visoka iskrenost odgovora na PITANJE BROJ 10 i 14, može upućivati i na smanjenu tendenciju samoprikrivanja putem Interneta, ali uz garantiranu anonimnost. Izgleda da je česta »formula« komuniciranja putem Interneta »iskrenost, ali uz anonimnost«. Odgovori na PITANJE BROJ 12, kod kojeg preko 60% ispitanika nije upoznalo nikoga od članova »Iskrice« »uživo«, upućuje u tom smjeru.

6. Internetom posredovana komunikacija kao medij za ostvarivanje intimnosti *nije samo »virtualna«*, već komunikaciju nastoje ostvariti i u »stvarnom životu«.

Odgovori na PITANJE BROJ 12, kod kojeg preko 60% ispitanika nije upoznalo nikog od članova »Iskrice« »uživo«, upućuje na suprotno od teze. Međutim, istodobno je čak 40% ispitanika uspostavilo komunikaciju i u stvarnom životu. Odgovori na PITANJE BROJ 11 upućuju na činjenicu da je gotovo 50% komunikatora putem Interneta uspostavilo bliskije odnose s nekim (premda je nepoznato u kojoj mjeri i »uživo«).

Dakle, postoji vjerojatnost da je za znatni udjel članova »Iskrice« komunikacija putem Interneta i medij za ostvarivanje intimnosti.

5. Zaključak

Postavljena je nekolicina teza o pitanju motivacije za uporabu Interneta kao medija za upoznavanje novih ljudi, te kao specifičnog sredstva stvaranja inicijalnog kontakta za uspostavljanje bliskijih, »intimnih« odnosa. U tu svrhu analizirani su rezultati javnih anketa dostupnih na *web*-stranicama www.iskon.hr, te www.iskrice.com u Hrvatskoj, te se na prigodnom uzorku ispitanika nastojalo dati okvirne odgovore u smislu provjere postavljenih teza. Na svaku anketu odgovorilo je od minimalno 62-je do 14.967 ljudi, a anonimnost anketa upućuje na relativnu iskrenost odgovora, kao i direktni odgovori na takva pitanja u anketi. Odgovori ispitanika na pitanja anketa pokušali su se grupirati u »logičke klastere«, te na taj način dati smjernice o karakteristikama uspostavljanja »intimnije« komunikacije putem Interneta.

Kod članova kluba »Iskrice«, a na temelju odgovora na pitanja anketa, te njihove »logičke« analize, izgleda da Internet postaje sve važniji medij za stvaranje bliskijih međuljudskih odnosa, s najvjerojatnije značajnijim reduciranim osjećajem neugode tijekom komuniciranja.

Značajna je vjerojatno čest motiv upoznavanja novih ljudi putem Interneta. Mogućnost generalizacije rezultata istraživanja je ograničena.

Literatura

- Benotsch, Eric G, Kalichman, Seth C, Cage, Mike (2002), »Me who have met sex partners via the Internet: prevalence, predictors and implications for HIV prevention«, *Archives of Sexual Behavior*, 31 (2), str. 177–183.
- Boies, Sylvain, Knudson, George, Young, John (2004), »Sexual addiction and compulsivity«, *Sexual Addiction and Compulsivity*, 11 (4), str. 343–363.
- Carvalho, Alexandra, Gomes, Francisco Allen (2003), »Cybersex in Portuguese chatrooms: a study of sexual behaviors related to online sex«, *Journal of Sex and Marital Therapy*, 29 (5), str. 345–360.
- Cooper, Alvin, Mansson, Sven Axel, Daneback, Kristian, Tikkanen Ronny, Ross, Michael W. (2003), »Predicting the future of the Internet sex: online sexual activities in Sweden«, *Sexual & Relationship Therapy*, 18 (3), str. 277–291.
- Daneback, Kristian, Cooper, Alvin, Mansson, Sven Axel (2005), »An Internet study of cybersex participants«, *Archives of Sexual Behavior*, 34 (3), str. 321–328.
- Daneback, Kristian, Ross, Michael W, Mansson, Sven Axel (2006), »Characteristics and behaviors of sexual compulsives who use the internet for sexual purposes«, *Sexual Addiction and Compulsivity*, 13 (1), str. 53–67.
- Jefferson, Theresa L. (2006), »Using the Internet to communicate during a crisis«, *VINE*, 36 (2), str. 139–142.
- Leiblum, Sandra R. (2001), »Women, sex and the Internet«, *Sexual & Relationship therapy*, 16 (4), str. 289–405.
- Parker, Trent S, Wampler, Karen S. (2003), »How bad is it? Perceptions of the relationships impact of different types of Internet sexual activities«, *Contemporary Family Therapy*, 25 (4), str. 415–429.
- Pleše, Iva (2000), »Tijela od riječi: elektroničke poruke kao medij intime«, *Napredna umjetnost: Hrvatski časopis za etnologiju i folkloristiku*, 39 (2).
- Reardon, Kathleen K. (1998), *Interpersonalna komunikacija – Gdje se misli susreću*, Zagreb, Alinea.
- Shepherd, Robin Marrie, Edelman, Robert J. (2005), »Reasons for Internet use and social anxiety«, *Personality and Individual Differences* (article in press).
- Sirgy, Joseph M, Lee, Dong-Jin, Bae, Jeannie (2006), »Developing a measure of Internet well-being: nomological (predictive) validation«, *Social Indicators Research*, 78 (2), str. 205–249.
- Weber, Harald (2006), »Providing access to the Internet for people with disabilities«, *Short and medium term research demands*, 7 (5), str. 491–498.

PRILOG

PITANJE BROJ 1. »S koliko osoba se trenutno dopisujete?«, od 2307 ispitanika, 15% se dopisuje samo s jednom osobom, 43% s 2–5 osoba, 19% s više od 5 osoba. Samo 23% ispitanika ne dopisuje se ni s kim. (www.iskrica.com, 2003).

PITANJE BROJ 2. »Novi načini Iskričarenja?«, od ukupno 3173 ispitanika, 69% ih je odgovorilo »DA«, 31% »NE« (www.iskrica.com, 2003).

PITANJE BROJ 3. »Koliko je istinit vaš profil na 'Iskrici'?« Od 2616 ispitanih, 70,57% odgovorilo je sa »sve je istina«, 14,64% s »nešto je istina, nešto malo uljepšano :)«, 2,68% sa »skoro sve je izmišljeno«, dok je 12,12% odgovorilo »nemam popunjen profil do kraja« (www.iskrica.com, 2003).

PITANJE BROJ 4. Na pitanje »Cyber seks?«, od 8188 ispitanika, 20% ih je odgovorilo »DA«, 11% »NE«, 63% »radije uživo«, 6% »kakav seks?!« (www.iskrica.com, 2003).

PITANJE BROJ 5. Na pitanje »Cyber-seks je prevara?«, od 2427 ispitanih, 49% je odgovorilo »DA«, preostalih 51% »NE« (www.iskrica.com, 2003).

PITANJE BROJ 6. »Za online upoznavanje fotografija je:«, 3657 ispitanika, 54,28% odgovara s »važna«, 21,27% s »nevažna«, 6,73% odgovara s »gnjavaža«, a 17,72% odgovara s »ljepši sam bez fotografije« (www.iskrica.com, 2003).

PITANJE BROJ 7. Na pitanje »Koliko je bitan nick(name) da biste pogledali nečiji profil«, od 1788 ispitanih koji su odgovorili na pitanje, 28% odgovora je »nije bitan«, 40% odgovora je »malo je bitan«, 14% »jako bitan«, 19% »gledam samo profile čiji mi se nick sviđa«.

PITANJE BROJ 8. Na pitanje (www.iskon.hr, 2003) »Koliko prosječno sati na dan provodite gledajući televiziju?«, od 14967 ispitanika, odgovori su: »nikad ne gledam televiziju« (3%), »manje od sat vremena« (12%), »sat vremena« (14%), »2 sata« (21%), 3 sata (19%), »4 sata« (13%), »5 sati i više« (18%).

PITANJE BROJ 9. Na pitanje »Jeste li se u svom chaterskom stažu ikada zaljubili u 'slova'?«, od 2252 ispitanika, 14,88% ispitanika odgovara s »jesam«, daljnjih 12,79% odgovara s »jesam, ali ostalo je virtualno«, 4,40% »jesam, i još traje«, 6,84% »jesam, i katastrofalno je završilo«, 4,53% »jesam, i nikada više!«, 7,59% »jesam, ali sada više nije virtualno«, 22,69% »nisam!«, te 26,29% »zaljubljujem se samo u realnosti!« (www.iskrica.com, 2003).

PITANJE BROJ 10. Na pitanje »Odgovarate li istinito na pitanja postavljena u anketama?« (www.iskon.hr, 2003), od ukupno 6185 ispitanika odgovorilo je »da, uvijek« (68% slučajeva), »najčešće da« (22%), »ponekad« (3%), »ne« (1%), »opet lažem« (6%).

PITANJE BROJ 11. Na pitanje »'Iskrica' mi je pomogla da...« (www.iskrica.com, 2003), od 62 ispitanika, 12,90% odgovara s »nađem osobu za vezu«, 6,45% odgovara »nađem osobu za avanturu«, a 22,58% »nađem osobu za prijateljstvo«, 11,29% »filozofiram«, 25,81% »gubim vrijeme«, 20,97 »uvećam telefonski račun«.

PITANJE BROJ 12. Na pitanje »Koliko ste članova 'Iskrice' vidjeli 'uživo'?« (www.iskrica.com, 2003), od 6604 ispitanih, 14,92% odgovara s »jednog«, 16,82% odgovara s »2–5«, daljnjih 4,33% s »5–10«, 3,07% s »više od 10«, dok čak 60,86% odgovara »niti jednu«.

PITANJE BROJ 13. Na pitanje »Iskričari koji načinjaju anketu to čine...« (www.iskrica.com, 2003), od 1956 ispitanih, 34% odgovara s »da bi netko pogledao njihov profil«, 30,27% s »što ih pitanje uistinu interesira«, 12,58% »što obožavaju sociološka istraživanja još od malena«, dok ih je 23,16% »što vjeruju da na njihov račun sjeda 10 lipa po odgovoru«.

PITANJE BROJ 14. Na pitanje »U dopisivanju ste...« (www.iskrica.com, 2003), od 1607 ispitanih, 15,62% odgovara s »jako oprezni«, 53,83% odgovara »otvoreni«, 24,52% »otvoreniji nego uživo«, dok samo 6,04% odgovara »potpuno druga osoba«.

THE INTERNET AS A MEANS OF ACHIEVING »MORE INTIMATE«
COMMUNICATION

Joško Sindik and Katarina Reicher

One of the aspects of lifelong learning is the increasingly frequent use of computers for various purposes. Modern communication is inconceivable without computers and the Internet; thus, the virtual world has become a major component of building new inter-human relationships. It is likely that the characteristics of meeting other people with the purpose of establishing more intimate communication also reflect the quality of an individual's life to some extent.

With the purpose of analysing both the empirical footholds of some of the ways of developing acquaintances and the properties of »intimate« communication, this paper examines communication which has initially (or even entirely) been achieved through the electronic media or over the Internet.

The paper analyses email as a means of communication ethnologically, and examines the dimensions of communication, as well as the reasons for and against email as »semantically« different from the up to recently »usual« means of communication, such as »a regular letter«.

The paper also proposes a number of theses on the question of motivation for using the Internet as a means of getting acquainted with new people, and as a specific means of making initial contact in order to later build a »more intimate« relationship. For this purpose the results of the public surveys accessible at www.iskon.hr and www.iskrica.com were analysed, and the proposed theses were then checked against a suitable population sample. The answers given to the 14 survey questions were grouped into »logical clusters«, thus drawing up guidelines on the characteristics of building »more intimate« communication channels over the Internet. Based on the answers and their »logical« analysis, it seems that the Internet has become an increasingly significant means of building more intimate inter-human relationships, with one's sense of discomfort during communication having been drastically reduced.

Key words: *the Internet, intimate communication, developing acquaintances, the virtual world.*